

## القيم الشائعة في الملصقات السياسية العراقية

اسراء ابراهيم فليح

قسم التربية الفنية / كلية الفنون الجميلة / جامعة بابل

Esraa.ebrahim@uobabylon.edu.iq

### ARTICLE INFO

Submission date: 4/12/2018

Acceptance date: 7 /4/2019

Publication date: 26/1 /2021

### المستخلص

يتناول البحث الحالي دراسة (القيم الشائعة في الملصقات السياسية العراقية) وقد تضمن البحث اربعة فصول، تناول الفصل الاول مشكلة البحث واهميته والحاجة اليه وهدف البحث وحدود البحث وتحديد مصطلحات البحث، حيث تحددت مشكلة البحث بالتساؤل الاتي: ما القيم الشائعة في الملصق السياسي العراقي، هادفاً الى الكشف عن القيم الشائعة في الملصقات السياسية العراقية، وتناول الفصل الثاني الاطار النظري والدراسات السابقة، تناولت الباحثة في الاطار النظري مبحثين، المبحث الاول تناول فيه الملصق- تاريخياً الاهداف التي يسعى الى تحقيقها - خصائصه الفنية، والمبحث الثاني تعرض لمفهوم القيم ومعناها تصنيفها وقياسها، وتطرق الفصل الثالث الى اجراءات البحث المتمثلة بمجتمع البحث وعينة البحث واداة البحث، وتضمن الفصل الرابع نتائج البحث والاستنتاجات والتوصيات والمقترحات ومن اهم النتائج ما يلي:

1- ان نجاح التصميم في الملصق وحصوله على تأثير لا يعتمد على الكثافة الشكلية والتعقيد وانما الاستخدام المنظم والمدرس للمكونات.

2- تحقيق القيم الجمالية والقيم الاخلاقية والقيم الاجتماعية منها ما يتعلق بالفكرة المبتكرة والاخرى بالتقنيات الازهارية.

3- يعتمد ادراك معاني الاشكال وصفاتها المظهرية على قرائن التربية الانسانية مؤسسة ناتجاً وتأسيس المبادئ والقيم السائدة من خلال العمليات الفنية التي تضمنها الملصق

ومن الاستنتاجات :

• يعبر الملصق السياسي العراقي عن الاحداث المهمة التي كانت لها صلة مباشرة بالمجتمع العراقي على مستويات عدة منها ما يرتبط بالجوانب الاجتماعية والاقتصادية والنفسية.

الكلمات الدالة: القيم الشائعة، الملصقات السياسية، خصائص الفنية، القيم الجمالية.

## Common Values in Iraqi Political Posters

Esraa Ibrahim Faleh

Department of Art Education /College of Fine Arts/ Babylon of University

### Abstract

The first study deals with the problem of research, its importance and the need for it, the goal of broadcasting, the limits of research and the definition of search terms. The problem of research was determined by the following question: What are the common values in the Iraqi political poster, aimed at revealing the common values in the Iraqi political posters, and the second chapter dealt with theoretical framework and previous studies, the researcher dealt in the theoretical framework two topics, the first topic dealt with the poster - historically goals that seek to achieve - The third chapter deals with the concept of values and their meaning classification and measurement, and the third chapter dealt with the research procedures represented by the research community and the research sample and the research tool. The fourth chapter included the results of the research, conclusions, recommendations and proposals.

1. The success of the design in the poster and its effect does not depend on the density of formality and complexity, but the systematic use of the components.
- 2 - Achieving aesthetic values, ethical values and social values, including the idea of innovative and the other techniques.
- 3 - Depends on the understanding of the meanings of forms and their manifestations on the evidence of human education Natja Foundation and the establishment of principles and values prevailing through the technical processes included in the poster
- The Iraqi political poster expresses important events that were directly related to the Iraqi society at several levels, including those related to social, economic and psychological aspects.

**Keywords :**Community, recommendation, values, techniques.

## 1- الفصل الاول

**1-1 / مشكلة البحث:** تعد الفنون واجهة حضارية لأي مجتمع من المجتمعات فعن طريقها يقاس تقدمه وازدهاره وكما يحتاج الفرد منطقياً الى متطلبات الحياة الضرورية فإنه يحتاج نفسياً الى الاشباع الوجداني وتعدد الاحساس بالجمال ولا يخفى ان القدرة على التدقّق الجمالي وعلى الابداع الفني كامنّة في كل شخص وقابلة للنمو بالتدريب والتّهذيب.

وتعد المصطلحات بانواعها كافة ومن ضمنها الملصقات السياسية احد هذه الفنون واكثرها تطبيقاً للنشاطات كافة الهادفة الى تنظيم الاشياء وتكوينها اذ هو عمل اساس للانسان لان معظم ما يقوم به من اشياء تتضمن جانباً من التنظيم والتصميم والذي يعد احد الاسس الفنية والحضارية المهمة في تاريخ الشعوب، فالمصق هو ابداع وخلق لاعمال جميلة وممتعة ونافعة وهو معالجة فنية لتشكيل شيء ما وتركيبه في قالب موحد من الناحية الوظيفية والجمالية.

تعد الملصقات احد الوسائل المرئية ذات الصلة بالجمهور فهي تعبر عن فكرة معينة عن طريق الرسوم والصور والعبارات المكتوبة ذات التأثير على المتلقي بالفكرة والمضمون الذي تحمله فضلاً عن تأثيرهما الشكلي الفني فالمصقات بوصفها وسيلة اتصالية فهي تتجه الى جمهور كبير غير متجانس اذ يتم من خلال تقديم المضمون تمثيل المعاني والافكار والاتجاهات بأساليب مشوقة وجذابة من خلال توظيفات الصور والرسوم والخطوط والالوان وبقية العناصر الاخرى من اجل تحقيق المرجو والتأثير في الجمهور(1).

من هنا تأتي قيمة المصق والتي تكمن في الافكار التي يعرضها ليكون متوازناً بين قيمته الفنية والوظيفية فهو عمل تصميمي تتجلى فيه قدرة المصمم على التعبير المركز والمباشر وايضاح الفكرة حيث يجب ان يدرك محتواه خلال مدة زمنية قصيرة ليكون المصق فاعلاً ومؤدياً للغرض المصمم له وقد تضمنت الملصقات مواضع واتجاهات مختلفة منها التجاري وغير التجاري كالاعلامي والثقافي والسياسي والارشادي والفني وهي ايضاً ترمي الى تقديم الحقائق والمعلومات والافكار وتنوير الازهان بتبادل تلك الافكار والمعلومات وذلك باستخدام الوسائل الفنية المختلفة (2).

وبما ان المصق احد فنون التصميم لذا نجده يخضع لنظام معين في كيفية توظيف الاشكال والخطوط والالوان واختيار الجمل والعبارات بطريقة اختزالية رمزية مبسطة يعبر عن مضمونه وفكرته مما يؤدي تحقيق المصق لوظائفه المختلفة بدءاً بجذب انتباه المتلقين مروراً بأثارة اهتمامهم واستثارة رغباتهم وانتهاءً بأحداث الافئاع لديهم بمضمون المصق وتحقيق الاستجابة المطلوبة(3).

ولأهمية الملصقات ومن ضمنها (الملصقات السياسية) كونها وسيلة للفهم المتبادل بين المرسل والمستقبل واقناع المتلقي بما تحمله من افكار وراء لها مساس مباشر او غير مباشر بحياة المتلقي ، فقد كانت لها علاقة وطيدة بالمجتمع العراقي وماشده من تحولات كبيرة بعد عام 2003 وما اعقبها من احداث سياسية

واجتماعية ودينية واقتصادية وعلى الاصعدة كافة والميادين، ونتيجة لذلك انتجت ملصقات سياسية عراقية متنوعة الاهداف والاساليب والتقنيات، لكنها في المحصلة النهائية كانت تحاكي الواقع المتغير في العراق وفقاً لرؤى سياسية لتعبر عن موضوعات الارهاب او التلاحم الجماهيري او الاحداث السياسية للبلد او المناسبات السنوية وغيرها، ومن هنا فقد تحددت مشكلة البحث الحالي بالاجابة عن التساؤل الاتي:

ما هي القيم الشائعة التي سادت في الملصقات السياسية العراقية؟

## 2-1 / اهمية البحث والحاجة اليه: تكمن اهمية البحث والحاجة اليه بما يأتي:

- 1- يهتم البحث بدراسة الجوانب القيمية في الملصقات السياسية العراقية، وربما يسهم في بلورة فاعلية اشتغال فن الملصق في تحقيق الجوانب الجمالية والوظيفية.
- 2- سيسهم البحث في الاثراء المعرفي والعلمي فيما يتعلق بموضوع الوظيفة والجمال والقيم التربوية والانسانية في الملصق بوجه عام والملصق السياسي بوجه خاص.
- 3- يمكن ان تعد نتائج الدراسة اسهاماً في تعزيز المفاهيم التصميمية التي تشتمل عليها مناهج ومقررات اختصاص التصميم في كليات الفنون الجميلة.

## 3-1 / هدف البحث: يهدف البحث الحالي الى:

- تعرف القيم الشائعة في الملصقات السياسية العراقية.

## 4-1 / حدود البحث: يتحدد البحث الحالي في:

- 1- الحدود الزمانية: يقتصر البحث الحالي على الملصقات السياسية العراقية في عام 2017-2018.
- 2- الحدود المكانية: الملصقات السياسية الموجودة في العراق.
- 3- الحدود الموضوعية: القيم الشائعة في الملصقات ذات الاتجاه السياسي والمنفذة بمواد مختلفة على خامات مختلفة.

## 5-1 / مصطلحات البحث:

### 1-5-1 / القيم

- (لغة): مفرداً قيمة ذكرها ابن المنظور بأنها ثمن الشيء بالتقويم، نقول: تقاموا فيما بينهم(4).
- (اصطلاحاً): هي غاية او هدف اجتماعي يكون تحصيله مرغوباً فيه(5)، ويرى (albrecht) بأنها عناصر تحدد المرغوب فيه وغير المرغوب فيه من الوسائل والغايات والافعال ويمكن ان تكون صريحة او ضمنية(6).
- والقيمة في معجم صليبيا ((تطلق على كل ما هو جدير باهتمام المرء وعنايته لاعتبارات اقتصادية او سايكلوجية او اجتماعية او اخلاقية او مجالية)) (7)، وذكر (leslie) ان القيمة (هي تلك المفاهيم الجماعية نسبياً والتي تحدد مرغوبة الاشياء) (8).
- وجاء في القرآن الكريم (فيما كتب قيمة) ((البينة - الاية 3)) قال ابن جرير اي في الصحف المطهرة كتب من الله قيمة عادلة مستقيمة ليس فيها خطأ لأنها من عند الله عز وجل. وجاء في السورة نفسها ((وذلك دين القيمة)) ((البينة الاية 5)) اي الملة القائمة العادلة او الامة المستقيمة المعتدلة(9).
- وقيمة الشيء: في اللغة قدره و والقيمة مرادفة للثمن بمعنى ان قيمة المتاع تعني ثمنه وتطلق القيمة ايضاً على ما هو جدير باهتمام المرء وعنايته(10).

- وكلمة القيمة (Valeue) مشتقة من الفعل اللاتيني valeo ومعناها في الاصل انا قوي او بصمة جيدة اي انه يشتمل على معنى المقاومة والصلابة وعدم الخضوع للتأثيرات وعلى معنى التأثير في الاشياء والقدرة على ترك بصمات قوية عليها (10، ص331).

- ويذهب (مراد وهبة واخرون) ذات الوجهة حيث يرون ان القيمة ذات:

أ. مدلول مادي، كخاصية في الاشياء تجعلها مرغوبة

ب. مدلول معنوي، ذات صيغة دينية ثابتة

ج. او احكام تقديرية، ذاتية او موضوعية (10، ص331).

- ويشير كود Good الى ان القيمة هي المبادئ والمقاييس التي اذا قبلها الفرد وطبقت على السلوك الانساني ترتفع الحياة بحث تصبح هذه الحياة مطابقة مع مستويات مقبولة للسلوك (11).

- ويشير Good في تعريف اخر الى ان القيم هي جوانب من التفاعل الانساني التي تعد ذات قيمة او اهمية او فائدة للعمل الصحيح للحياة الجماعية هذه القيم يحاول اعضاء المجتمع المحافظة عليها او تطويرها.

- يعرف تورندال القيمة انها تفضيلات وان القيم الايجابية منها والسلبية تكمن في اللذة والالم الذي يشعر به الانسان (12).

- القيمة: هي ميزة وحكم جمالي نطلقه على الاشياء كاللون والامور المفضلة والمرغوب فيها في العمل الفني وهي مجردة (13).

- التعريف الاجرائي للقيم: مجموعة الانظمة والمعتقدات التي تنظم التفاعل الانساني وعلاقته بوظيفة المجتمع لتحقيق والوصول الى معرفة القيم المثالية

## 1-5-2 شائعة

- شائع في اللغة: منتشر معروف بين الناس ((نوع من الشجر شائع)) / مشترك غير مقسوم: ((اموال شائعة)) ((تركة شائعة)) / صفة تطلق على ما يعجب الجماهير، واسع الانتشار، رائع ((رواية شائعة)) ((اغنية شائعة)) مشهور، معلوم: ((حقيقة شائعة)) متداول، مستعمل ((عبارة شائعة)) مسلم ومعتز به على العموم يقول به اكثرية الناس: رأي شائع الاستعمال مستعمل غالباً: ((اسلوب شائع الاستعمال)) (14).

## 1-5-3 / الملصق (Poster)

لغويًا/ لغة من الفعل (لصق به) بالكسر (اصوتًا) بالفم و ((التصق به) و(التسق به) اي يجنى كله بمعنى واحد (15).

- عرفه (الربيعي) وسيلة اتصالية بصرية يتم من خلالها نقل الافكار والمعلومات بين المرسل (المصمم) والمستلم (الملتقي) (16).

- عرفه (العزاوي) انه مطبوع مصمم يجمع مؤثرات بصرية مباشرة بوسائل اتصال مختصرة (17) وعرفه على انه: وسيلة اتصال بصرية هدفها نقل فكرة معينة الى جمهورها بحيث يكون للفكرة معنى واضح ومفهوم (18).

- وعرف على انه: وسيلة اتصال بصرية هدفها نقل فكرة عبر تشكيلات فنية معبرة ومركزة بسيطة ومفهومة تهدف الى تحقيق غرض ما اقتصادي او تجاري (19).

- التعريف الاجرائي للمصق: هو عبارة عن تصميم يتكون من فكرة ذات رسالة محددة تفهم من مجموع مكوناته من قبيل الصور او الرسوم والكتابات والالوان توظف باتجاه تحقيق بعد جمالي مؤثر يستهدف اثاره الانتباه والاستحواذ على وعي المتلقي من الناحية السياسية.

#### 1-5-4 / السياسة: في اللغة: من الفعل سوس. ساس:

- سوس. ساس: سياسة: تولى الرئاسة والقيادة والادارة، حكم: ((ساس الناس)) ((ساس بلداً)) نظم وادار ودبر ((ساس الشؤون)) روض، ((ساسة البلاد)) قاداتها الذين يديرون شؤون البلاد والعباد.

- سياسة: سياسات: سلوك الحكومات والدول وعلاقتها بشعوبها وبالادول الاخرى ((سياسة خارجية)) ((سياسة داخلية)) اجراءات ادارية او تدابير تنظيمية ((سياسة اقتصادية)) ((سياسة نقشف)) // عمل الاحزاب والنشاط الحكومي: ((تعاطي السياسة)) ((سياسة عملية)): سياسة مبنية على عوامل واقعية ومادية لاعلى عوامل نظرية او اخلاقية ويقال ايضاً ((سياسة واقعية)) (14 ، ص255).

#### 1-5-5 / المصق السياسي:

التعريف الاجرائي: هو مساحة للتعبير عن ظاهرة المراد عنها تعريف الناس بواقعهم السياسي وجذب المتلقي عن طريق نسق الاشارات التاريخية والحضارية والفنية ومن ثم الموضوع السياسي.

## 2- الفصل الثاني - الاطار النظري

1-2 / المبحث الأول مفهوم القيم وأنواعها - أدوات قياسها: تشير كلمة القيم ما له قيمة او ما يمكن ان يكون ذا قيمة اي ان القول بأن شيئاً ما (قيم) يعني بأن هذا الشيء حاصل على القيمة يشير ايضاً الى شيءٍ اخر او صائب او ملزم او جميل او حقيقي.

وقد اعتقد بعض الفلاسفة ان القيمة محمول عام مثل (اللون) الذي تدرج تحته محمولات قيمة اكثر تعيناً مماثلة بالأحمر او الأصفر وقد سميت محمولات القيمة هذه الاكثر تعيناً قيمة، أما اللون لا يعني الشيء الذي له لون بل لوناً خاصاً كالأحمر مثلاً.

وبناءً على هذا فالقيمة لا تعني شيئاً حاصلاً على القيمة بل نوعاً خاصاً من القيمة مثل قيمة اللذة او قيمة الشجاعة وقد سمى الفلاسفة الشيء الصغير حيزاً او حاملاً للقيمة، اذا فان الصفة ذا قيمة تعني حاصلاً على القيمة (20).

والقيمة في معناها الفلسفي لا تتوقف على ما نستطيع ان نضعه بدلاً منها كما هو الحال في الحقل الاقتصادي بل وجودها مرتبط بمجموعة من الاعتبارات المعنوية الاخرى التي تكسبها نوعاً من الموضوعية والاستقلال عن عالم الاستياء المتبادلة اذا منها مستقلة في وجودها عن الفرد على الرغم من انها تقويمات بشرية (21).

القيم الجمالية تأتي من خلال مؤثرات تكمل الاداء الفني من ايقاع يمثل التتابع الحركي للخطوط وتموجها ارتفاعاً وانخفاضاً والتناسق في نسب الاجزاء وتفاصيلها والانسجام بين العناصر الزخرفية والتوازن في توزيع الكتل والمساحات، اضافة الى طريقة تناول الموضوع والسير فيه اي الاسلوب الذي تعرض به التجربة الشعورية وتنسق على أساسه عناصر التكوين والتأليف وبذلك فان للرمز الفني قيمة جمالية متعددة الجوانب فجماله مستمد من المادة التي يصاغ بها وهو مستمد ايضاً من الصورة التي تنظم بها هذه المادة وتتشكل الى جانب هذين العنصرين يوجد عنصر آخر جمالي يرجع الى المضمون او الفكرة او مجموعة الافكار او الأحاسيس التي يعبر عنها ذلك الرمز (22).

لقد ارتبطت مشكلة القيم الجمالية بالتفكير الميتافيزيقي منذ تساؤل افلاطون أياكون سبب جمال الورد  
هو شكلها ولونها؟ أم تكون الأشياء الجميلة جميلة بفضل على أخرى معقولة مثالية هي مثال الجمال، يعد هذا  
السؤال هو نقطة البداية في البحث عن قيم الأشياء بالرجوع الى الاسباب والعلل المشاهدة المحسوسة التي  
تقصر للوصول الى العلة البعيدة غير المباشرة (العلة الاولى) ومن هنا نشأت فكرة الجمال المطلق الذي لا  
يتغير بتغير الظروف والاحوال والذي لا يختلف باختلاف الأزمان والأمكنة (22، ص 13-14).

يبقى الحديث عن الجمال والقيم الجمالية متشعب المعاني ومتعدد الآراء والطروحات فقد اتخذت  
تسمية الجمال عند جميع العصور معاني عدة فمرة كان الجمال يعني كل ما يثير الإعجاب والتقدير روحياً  
وحسياً وفي عصر آخر امتلك خصيصة تسامي الوجود ذلك ان كل وجود هو جميل وطيب وحقيقي ومع  
مرور القرون ربط الجمال بشكل أو ثقل فأوثق بمنطقتي الذكر والحس (23).

أي انه حر بالكثير من الآراء وتباينت تلك الآراء عن ماهية الجمال وما ارتبط به من قيم جمالية  
فظهر وعلى مر تاريخ الجمال تياران الأول يدرس المشكلات الجمالية معزولة عن الانسان والثاني يدرسها  
في علاقتها بالإنسان وهكذا فمن موضوع بحثنا الحالي في نطاق التيار الثاني وذلك كون التصميم الطباعي هو  
موضوع يدخل في علاقه مع الانسان ويؤثر فيه من خلال ما يحمل من افكار تظهر بشكل او بآخر وتتضمن  
هذه الأفكار خلال تحويلها الى صور مرئية العديد من القيم الجمالية والوظيفية والجمال هنا هو خاصية تمنحها  
للأشياء (\*).

فالخالق جل وعلا أمدنا بفيض لا ينتهي من الصور التي تشكل الخزين الفكري لنا ولما نقوم به من  
فعاليات مختلفة ومنها ما نلجأ اليه عند قيامنا بتصميم المطبوعات تتميز بقيم مختلفة ومنها القيم الجمالية،  
فالعمل الفني (التصميمي) مزيج جميل ومثير من الاشكال والألوان لإشباع حاجة ذوقية جمالية او  
وظيفية (24).

تعد القيم مصدراً مهماً من مصادر تحديد السلوك الانساني والدوافع التي تقف وراء ذلك السلوك  
فالقيمة وهي صفة في شيء تجعله موضوع تقدير واحترام (25).

أي ان هذه الصفة تجعل ذلك الشيء مطلوباً ومرغوباً فيه سواء كانت الرغبة عند شخص او  
مجموعة اشخاص فالقيم تعطي الفرد خصوصية اجتماعية قادرة على تهيئته للتفاعل والانسجام الاجتماعي  
فهي اذا تغلغل في حياة الناس أفراداً وجماعات وترتبط عندهم بمعنى ذاتها لأنها ترتبط ارتباطاً وثيقاً بدوافع  
السلوك والآمال والأهداف (26).

إن أي مجتمع من المجتمعات والتي على مجموعة من القيم المشتركة بين أفرادها وهذه القيم قد  
تخلق صراعاً بين صفوف المجتمع وهذا الصراع قد ينتج بسبب اختلاف او تنافر بين اعضاء ذلك المجتمع  
مما يؤدي الى تفكيك ذلك المجتمع وبما ان الفرد هو عنصر اساس في بناء النظام الاجتماعي للجميع لذا تم  
التأكيد على اهمية القيم في حياته، فالقيم بالنسبة للفرد هي دوافع لسلوكه ومحددة له (27)، ولها دور فعال في  
تكامل شخصيته ذلك التكامل الذي يعتمد لدرجة كبيرة على استاف نظام القيم لديه.

وكم هو واضح ان الافراد يعيشون في مجتمع واحد قد لا يتشابهون جميعهم في فهمهم القيمة بل قد  
يختلف نظام لقيم من فرد الى آخر ومن جماعة الى أخرى وبين الفرد والمجتمع الذي يعيش فيه ولكن يتمكن  
الفرد من العيش في مجتمع بحالة من الانسجام عليه ان يتبنى نظام القيم السائدة فيه وهذا لا يعني انه لا يجوز

\* فناني هذه الفترة هم كوفر (Kauffer) كسناري (Kassonder) ومن ثم هولوني (whohlwein) وكوبلر (Cooper)

للفرد ان يتحدى ذلك النظام، اذ انه المصطلح الناجح عادة هو فرد يشترك في معظم قيم جماعته وعن طريق هذه المشاركة يمكنه الاتصال بهم لكي يشير لقيم غير تقليدية او ثورية (27، ص97)، لها دور في عملية التغيير الاجتماعي تلك العمليات التي هي بحاجة الى مثل هؤلاء الافراد الذين يسعون الى تغيير القيم التي لم تعد تتلائم والمرحلة التي يشهدا او ينشرهما مجتمعهم.

وتشير عملية التغيير الاجتماعي هذه الى تغيير في سلم القيم (النظام القيمي) للمجتمع والتغيير الذي يحدث في نظام القيم قد يتم بتغيير اهمية القيم فيه بحيث يتغير موقعها بالنسبة للقيم الاخرى في النظام القيمي. او باستبعاد بعضها او تبني قيم لم تكن شائعة من قبل اذ أتعد القيم من المفاهيم النسبية وغير المطلقة حيث انها لا تولد مع الفرد بل انه يكتسبها من مجتمعه ومن بيئته التي يعيش فيها (26، ص20).

وعلى الرغم من ان القيم ذات ثبات واستقرار لمدة زمنية فقد يحدث تغيير في النظام القيمي للمجتمع نتيجة التطور الاجتماعي والتطور الحاصل في المجتمع قد يؤثر على اهمية القيم ونستعيد بعضها منها او قد يتبنى قيماً جديدة لم تكن شائعة من قبل والقيم التي تصلح لزمان معين قد لا تصلح لآخر، لذلك نجد ان القيم في حالة ارتقاء وصيرورة دائمة وانها ليست فطرية وانما تكتب خلال عملية التعليم فكلما كانت التربية بجميع اشكالها وسيلة لتكوين القيم وتعديلها وتعد وسائل الاعلام والثقافة والترفيه من بين اشكال التربية التي لها دور لا ينكر في بناء قيم المجتمع والعمل على نشرها بين ابنائه وان حياة الفرد مليئة بالقيم التربوية التي يمارسها في حياته اليومية والتي تكون انعكاساً لسلوكه وتصرفاته فقد جاء الأدب انعكاساً لهذه واصبح الفرد يعكس هذه القيم وينقلها الى كتيباته الأدبية (28).

وعبر الاتجاهات والاهتمامات تتبدى الجوانب التربوية للقيم او على وجه الدقة (القيم التربوية) التي ليست سوى امتداد للقيم الاخلاقية والدينية والاجتماعية الامر الذي يجعل منها معرفة اخلاقية تعبر عن فكرة نموذجية تكمن في الثقافة السياسية للمجتمع وهي كذلك معرفة فلسفية او تصور مرتبط بظاهرة الدولة او السلطة السياسية (27، ص29).

ونجد ان علماء النفس والتربية والاجتماع قد حددوا عدة طرق لقياس القيم منها استخدام الاتجاهات والاهتمامات للدلالة على قيم معينة وذلك من منطلق ان استجابة الفرد لمواقف تعكس ما يمثلها من قيم، اضافة الى استخدام الانشطة والسلوك كون ان القيم التي يتبناها الافراد في سلوكهم واختياراتهم من خلال دمج هذين المؤشرين معاً للحصول على أقصى فعالية ممكنة في قياس القيم فضلاً عن قياس القيم من خلال التصريح المباشر بها اي ظهورها دون موارد في حديث الافراد (27، ص29).

القيم الجمالية والطروحات الجمالية بقيت يقظة شغلت جميع الفلاسفة على مر العصور فمثلاً سقراط وضع القيم الجمالية في مصاف القيم السامية التي تعبر عن الخير المطلق فكان مبتغاه الجمال فوق الطبيعي الذي يظهر مجال النفس الفاضلة والانفعالات النبيلة لقد ربط سقراط فلسفته الجمالية بالخير والنفع والاخلاق، ففكرة (افلاطون) عن ماهية الجميل هي تأكيده على قيمة الجميل من منظور فهم اخلاقي فالجميل هو الخير(\*).

القيمة في معناها الفلسفي لا تتوقف على ما نستطيع ان نضعه بدلاً منها كما هو الحال في الحقل الاقتصادي بل وجودها مرتبطة بمجموعة من الاعتبارات المعنوية الاخرى التي تكسبها نوعاً من الموضوعية واستقلال من عالم الاشياء المتبادلة وبناء كل هذا فالقيمة لا تعني شيئاً حاصلاً على القيمة بل نوعاً خاصاً من

\* من ابرز الفنانين المشاركين (فائف حسن، أسماعيل الشخيلي، حافظ الدروبي)

القيمة مثل قيمة اللذة أو قيمة الشجاعة وقد سمي الفلاسفة الشيء الحيز حيزاً أو حاملاً للقيمة إذن فإن الصفة ذات قيمة تعني حاصلها على القيمة (29، ص30).

ولقد تباينت الآراء حول القيمة وماهيتها من قبل الفلاسفة فيرى اصحاب النظرية العقلية للقيم وفهم (افلاطون) بأن اصل القيمة لمبدأ سماه الحيز وسماه ديكارت بالكمال أو الله وهذا المبدأ يمثل قيمة الوجود وقيمة الكمال على السواء فثمة تطابق بين القيمة والماهية والوجود (26، ص20).

وتظهر القيم عادة في صور ازواج متقابلة (كالجميل والقيبح والخير والشر) فإن كل زوج من هذه الازواج المتقابلة يبدو وكأنه حداً اعلى فالعقل يصور لنفسه مثلاً مطلقاً للخير أو ربما مثلاً مطلقاً للشر (27، ص154).

وأول تصنيف يمكن القيام به قائم على اساس التفرقة بين قيم الذوق (المتضمنة في احكام مثل القول بأنني اعجب بهذا النوع من الطعام وقيم النفع اي التي تعد وسيلة لإدراك غايات اخرى وقيم الغايات التي يصح عدها غايات قصوى وحتى في هذه الغايات القصوى أو النائية يمكننا احداث تفرقة بين ما يدعى بقيم الشجاعة وقيم الخير (اي جميع القيم الاخلاقية ما عدا الشجاعة) وقيم الصدق (الحقيقية) (29).

وهناك أيضاً التصنيف الذي جاء به (ماكس ستيلر) وفيه تفرقة بين القيم المستحبة والتي تطابق على نحو ما دعوانه بقيم الذوق وبين قيم الحياة والقيم الجمالية والقيم الاخلاقية.

وتختلف القيم الاخلاقية عن القيم الجمالية من حيث ان اي القيم الاخلاقية عدم اشارتها الى اشياء أو اشخاص قد تطروا اليها على انها اشياء، اذ انها تشير الى الاشخاص في حالة النظر اليهم في ذاتهم وآخر نوع ذكره (ماكس ستيلر) هو القيم الدينية وكل هذه الآراء وصفت جانباً حقيقياً في جوانب القيمة والعقل الانساني عندما يبحث عن القيمة عليه ان يراعي دائماً الجانب البابولوجي والجانب السيكولوجي<sup>(30)</sup>، وعلى الانسان ان يعتقد ان القيم اشياء يوحى لها اليه وان مصدر هذا الوحي شيء كامن فيه اعظم من نفسه فالقيم موجودة لأن الفرد يتصور وجود نظام مختلف عن ذاته ولأنه هو ذاته المصدر الذي ينبع منه هذا النظام بفضل ما فيه من القدرة على شهود له.

فالقيمة لم تأت من اي شيء خارج عن أنفسنا الا بمعنى اننا نحن نفسنا خارج أنفسنا وفي الحق يمكن ان يقال ان الانسان هو خالق القيمة وخالق مظاهر قدسيته وربما امكنا ان نضيف الى ذلك ان خلق القيمة ليس مستقلاً عن التضحية بالمعنى الشائع للكلمة لأن الانسان يخلق مظاهر القدسية عندما يرتضي التضحية بذاته من اجل القيم (16، ص14).

ويميز (لافل 1882-1915) بين ثلاثة اصناف من القيم وهي:

- أ. قيم الانسان في العالم: وهي القيم الاقتصادية وهي شروط القيم من نوع اعلى والقيم العاطفية ترتبط بقيم من انواع مختلفة.
- ب. قيم الانسان تجاه العالم: وهنا يميز بين نوعين، قيم عقلية وهي المتعلقة بمعرفة الاشياء وتغير الظواهر معناها بالنسبة الينا، وقيم جمالية (تقوم في اللذة النزيهة) التي يزودنا بها المنظر المحض للأشياء.
- ج. قيم الانسان فوق العالم وتشمل: القيم الاخلاقية التي تتضمن الفعل في الواقع الموضوعي وتحويل العالم المادي ثم القيم الروحية أو الدينية، وهكذا يقول (لافل) انها لا غاية لها سوى التقدم الخالص للشعور في علاقته بالله (31).



## 2-2 / خصائص القيم

يرى (لوسن) ان ثمة خصائص اساسية للقيم هي :

1. إنها ذات بالمطلق.
2. إن القيمة ذات وحدة ولا نهائية تتجلى في تجربتنا بكثرة من القيم ذات الطابع الانساني<sup>[11]</sup>.
3. كل قيمة هي علاقة بين ينبوع عال هو المطلق في ذاته الذي لا يدرك في كمال فيضه.
4. يجب ان لا نفهم من وحدة القيم انها سلسلة تدريجية ذات اتجاه واحد من القيم المحدودة المتميزة بعضها عن بعض والتي يخضع بعضها لبعض بل ان نفهم هذه الوحدة على انها لون من وحدة الاشعاع، فالقيمة المطلقة في مركز القيم وعنها تصدر القيم الاخرى كالاشعة الصادرة عن بؤرة مولدة للنور والحرارة[12].

بعد اتساع الجمال الذي يغطيه مصطلح القيمة من الاسباب التي جعلت المفكرين والفلاسفة يسرفون في التقسيمات الثنائية للقيمة بين قيمة موجبة وقيمة سالبة او قيمة اصلية وقيمة سلبية او قيمة فعلية وقيمة كامنة او قيمة مباشرة وقيمة غير مباشرة.

## 3-2 / تصنيف (وايت - البيتي)

### 1-3-2 / مجموع القيم الاجتماعية

- وحدة الجماعة: الارتباط بالجماعة والتعاون معها، المشاركة بدور فعال في نشاط الجماعة، الولاء، الانتماء الى الجماعة الى التنظيمات الاجتماعية الروح الجمعية روح الفريق.
- الظرف واللطافة: الصفات التي تجعل الفرد ذا محبة لطيفة محبيه، شخصاً لطيفاً لبقاً (جيد الكلام - حسن اللسان).
- قواعد السلوك: مراعاة قواعد السلوك الاجتماعي اللائق والمحترم اجتماعياً التأدب والكياسة.
- التواضع: عدم المبالغة في تقدير الذات عدم الغرور والتكبر والزهو بالنفس عدم المبالغة في محاولة فرض شخصية الفرد على الآخرين والتأثير عليهم عدم محاولة لفت الأنظار (كالاهتمام بالمظاهر) بقصد التباهي على الآخرين وعدم متكافئين مع الفرد نفسه ومنحهم تقديراً مساوياً لما يريده لنفسه من تقدير.
- المماثلة (التشبه): مجازاة الآخرين وموافقتهم والتطابق معهم في المحاكاة والتقليد، العمل كما يتوقع للشخص من الناس الذين يعيشون معه.
- الكرم والعطاء: العمل بما يفيد الآخرين المنح والعطاء الجواد المعطي عمل المعروف الايثار عدم الأنانية الشهادة العطف مساعدة الآخرين.
- حب الناس:
- أ. حب الجنس الآخر: أن يكون الفرد محبوباً او مرغوباً فيه من قبل الجنس الآخر يشترك معهم.
- ب. حب الأسرة: حب الأب - الأم - الأخوة - الأبناء بعضهم لبعض، حب المنزل وقضاء الوقت فيه مع الأهل، علاقات أسرية حسنة الرغبة في ان يكون للفرد أبناء.
- ج. الصداقة : أن يكون للفرد اصدقاء يقضي مع أصدقائه ويستحسنه أصدقائه ويرغبونه، مقبول مع الجماعة التي هي في العمر والجنس نفسه مفهوم من قبل الآخرين اجتماعي (محب للاختلاط).

### 2-3-2 / مجموعة القيم الأخلاقية

- الأخلاق: الخير بمفهومه الأخلاقي - الالتزام بما يمليه الضمير الخير عكس الشر.

- الصدق (نقيض الكذب - بصدق قوله بالعمل) : عدم اخفاء الحقيقة اهل للثقة حفظ المواعيد والأسرار والأمانة والعمل بما يؤكل اليه الآخرون عمله الصدق في القول والعمل.
- العدالة: العدل في الحكم - في القول - المساواة - ضد الجور الذي لا يميل به الهوى ينجو في الحكم، العقل المتفتح الذي يستوعب الأوجه المختلفة للموضوع الواحد قبل ان يعطي حكمه العادل تكافؤ الفرص.
- الطاعة: طائعاً غير مكروه - انتقاد - وافق، الاستجابة - التلائم - التوافق، لما يطلبه الافراد ذوو السلطة والمسؤولين - اتباع القوانين والأحكام والنظام.
- الدين: الايمان بالله والرسول - أية فكرة تتسم بإجلال الله والكتب المقدسة والرسول واحترام الشعائر الدينية - الصلاة - الصوم - العبادة - التردد على دور العبادة.

### 2-3-3 / مجموعة القيم القومية - الوطنية

- الوطنية: التضحية للوطن - الروح الوطنية - الاعتزاز بالوطن - الحنين اليه وصعوبة الابتعاد عنه - مصلحة الوطن فوق كل شيء.
- حرية الوطن (استقلاله): حرية الوطن (تحرره) - وطن غير مسيطر عليه او متدخل في شؤونه - يملئ اراضه بما يتلاءم ومصلحته.
- وحدة الأقطار المجزئة:
- أ. الوحدة العربية: وحدة الأقطار العربية تتسق متعاون الأقطار العربية - توحيد جهود الأقطار العربية وطاقاتها - تكاملها الاقتصادي - الكفائي الاجتماعي (عكس تجزئتها).
- ب. وحدة اقطار غير عربية : أية فكرة تشير الى وحدة أقطار أخرى غير الأقطار العربية (كوحدة الدول الأفريقية).

### 2-3-4 / مجموعة القيم الجسمانية

- الطعام: الاهتمام بالأكل والشرب واشباع الجوع والعطش.
- الراحة: الابتعاد عن العمل او الجهد (جسماً وعقلياً) غياب التعب او الارهاق - النوم - الاسترخاء - البطالة.
- النشاط: النشاط الجسمي (غير الذهني) والرياضة البدنية والانطلاق والحياة النشطة خارج المنزل وفي الهواء الطلق.
- الصحة وسلامة الجسم: انتظام الصحة الجسمية - غياب الامراض وكل ما يسبب الخطر والخوف على الجسم (مرض - أذى خارجي) الأمن الجسمي الشفاء من المرض والأذى.
- الرفاهية: (الرغد - لين العيش - التمتع) كل ارضاء او اشباع او ارتياح جسمي لم يذكر في القيم الجسمانية السابقة كالاستمتاع بإمداد الجسم بالدفع في البرد وبالبرودة في الحر.
- النظافة: (غسل الوسخ - تنظيف الثوب والجسم) انعدام القذارة والروائح غير المستحبة - التخلص من النفايات والقاذورات.

### 2-3-5 / مجموعة القيم الترويحية (التسلية - اللعب)

- الخبرة الجديدة: الاستمتاع بأي نشاط يشمل التنويع او التغيير بقصد دفع السأم او الملل وقضاء أوقات في الهوايات.

- الاثارة: عنت الخبرات الجديدة - المشاعر العنيفة التي تعد هدفاً في حد ذاتها - الاثارات - المغامرات - المراهنة - قصص الرعب والخوارق والمغامرات - الافتتان والنشوة بما يكون خطراً او محظوراً او ممنوعاً.
- الجمال: اللذة والسرور المنبعثان من مناظر (مشاهد) أصوات فن الموسيقى - رسم - شعر - لون - إيقاع - غناء - تغريد - جمال الطبيعة - حركة.
- المرح: الضحك - المزاح - الدعابة - النظرف ما يتصل ببعض الاشياء الازلية او مسببات الضحك - عدم الجديد.
- التعبير الذاتي المبدع : التصور - الخيال - القيام بأعمال يوجد فيها بعض مبادئ التصور او الخيال (كتابة قصة او شعر).

### 2-3-6 / مجموعة قيم تكامل الشخصية

- التكيف والأمن الانفعالي: غياب اي نوع للخوف او الخطر غير الجسمي (اي انه لا يشمل ما ضمن في الصحة والأمن الجسمي) وتتضمن هذه القيمة أيضاً هدوء البال - غياب التبرم او القلق - الاستقرار - عدم الاحساس بالغربة.
- السعادة: الرضا - الفرح - الابتهاج - التناول - السرور - القناعة.
- التحصيل والنجاح: النجاح والتفوق كما يظهر في العمل او المدرسة او النشاطات والتصرفات المختلفة - الطموح - المثابرة من اجل التفوق.
- التقدير: التقدير الاجتماعي للقدرات والقابليات وللتحصيل والنجاح - الاحترام - المركز المكانة - الهيبة - الاهتمام - الترقى.
- اعتبار الذات (احترام الذات): الثقة بالنفس والاعتماد عليها - عدم الشعور بالدونية او النقص او الانحطاط او الذل - التكامل الداخلي للفرد.
- السيطرة (التسلط): السيطرة - التسلط على الآخرين - التأثير او النفوذ.
- العدوان: الهدف الذي يقتضي السماح الوصول (او الهدف الذي يتضمن) شعور الغضب او العداء - الشجار - الايذاء - القسوة والشدة.
- القوة : وهي كل اشارة الى قوة الجسم (حجم الجسم - قوة الجسم).
- التصميم: (الشجاعة - المضي في الامر - الشديد - الصلب - الجريء) قوة الدوافع ولاسيماً في مواجهة صعوبة او خطر - قوة الارادة والمثابرة.
- الحرص والانتباه: وتشمل جميع المظاهر السلوكية التي تستوجب الانتباه - الحذر - الاحتراس - ضبط النفس والسيطرة عليها.
- استغلال الفرد: حرية الفرد غير مسيطر عليه او متدخل في شؤونه - الانطلاق والحرية وعدم التقيد بمضايقات الارتباط (المواعيد) او تعويض النواهي - يعمل على وفق رغباته.
- المظهر: المظهر الحسن - بهاء الطلعة - جميل - هياء او مظهر حسن - الملابس الجميلة والجديدة.

### 2-3-7 / مجموعة القيم المعرفية - الثقافية

- المعرفة (المعلومات) : حفظ الحقائق - المعرفة - الكتب - التربية والتعليم - طلب العلم والدراسة.
- الذكاء: القدرة العقلية - كل الصفات العقلية الجيدة - قبل الذاكرة والاستبدال والحس والبديهة والبصيرة والاستنتاج - الفهم والحكمة - سعة الحيلة.

- الثقافة: الثقافة بالمعنى العام للكلمة - التحضر (عكس الهمجية والتخلف) التهذيب والتنمية التي تدخل على المظاهر الحضارية - تحسين الفرد لنفسه.
- 2-3-8 / مجموعة القيم العملية - الاقتصادية
- القيمة العملية (الواقعية) : الملائمة الواقعية والفعالة للوسائل وتعديلها للوصول الى الأهداف استبعاد كل ما هو غير واقعي وعملي كالوسائل غير المجدية للوصول الى الأهداف المتوقعة.
- العمل: العمل بجد ورغبة - بذل الجهد - عدم الكسل - انجاز العمل بصورة جيدة ودقيقة - الانتاج الوافر.
- القيمة الاقتصادية: اعطاء قيمة للمستوى العالي للعيش - مستوى حياة مرتفع - النزعة العارمة للحصول على الثروة - الغنى - الجشع - النزعة للحيازة.
- الضمان الاقتصادي: الحصول هلى دخل يضمن الحياة والحصول على الحاجات الضرورية لا خوف من البطالة وارتفاع الاسعار الضمان الاجتماعي.
- الملكية الاشتراكية: ملكية الدولة للمصانع - الاراضي - وسائل الانتاج - تأمين المرافق العامة والصناعات الحيوية.

### 3- المبحث الثاني

#### 3-1 / الملصق - تاريخياً - الاهداف التي يسعى الى تحقيقها - الملصق السياسي - خصائصه الفنية الملصق تاريخياً

الملصق احد فنون التصميم وهذا الفن يخضع لنظام معين يتمثل بالعلاقة التشكيلية التي تعبر عن مضمونه وفكرتك، لذا فهو قائم على نظام وعلاقات تصميمية خاصة.

فعلى الرغم من كون الملصق قد بدأ مرتبطاً بالمبدأ التجاري الا انه اوسع استخدامه وتنوعت اغراضه، فالملصق السياسي يستخدم في حالات الحروب وضد الاستعمار وشحن الرسم وروح الفداء في قضايا الحرية والنضال فضلاً عن استخدامه في توعية الجماهير وتوجيهها نحو البناء والنظام والعمل، وقد كان لهذا الفن أثراً في نقل العلوم والافكار والاتصال الثقافي(13).

ظهرت الملصقات عندما ارتبطت التجارة بالفنون واصبحت النصور الاولى لها وفي البداية خصص هذا الفن للإعلانات والمطاعم والبضائع الى ان اصبحت فناً منفصلاً ومستقلاً (10، ص37).

ففي عام (1848م) انتج جول شيريه (Jules Cheret) اول ملصق مطبوع له بطريقة الليثوغراف بعنوان (Orphee aux Enfers) وفي عام (1869م) بدأ التاريخ الفني للشكل الذي نعرفه حالياً عن الملصق وذلك عندما قدم هذا الفنان ملصقاً طبعه بطريقة الليثوغراف بعنوان (Balvalen Tino) وهو يعرض مهرجاً وراقصتين(34).

أما في الربع الأخير من القرن العشرين وحتى الحرب العالمية الاولى طرأت أول حركة تقدم قوية على انتاج الملصقات لذا عدت هذه الحقبة بمثابة العصر الذهبي الاول للملصق ومنهم (مانيه - بونار - تولوزلوترك) وفي هذه السنوات ظلت انكلترا والولايات المتحدة الامريكية تدين لتطورها ونموها للحركة الفرنسية التي كانت ذات تقاليد فنية واضحة(35).

في الوقت الذي كان فيه الملصق الفرنسي ومنذ بداية القرن التاسع عشر على علاقة مباشرة بالاتجاهات الفنية الفرنسية التي استخدمت الملصق بهدف الدعاية لها (35، ص77).

أما في القرن العشرين ونتيجة لتبلور العديد من الحركات الفنية والتي اسهمت في اغناء تصميم الملصق بطريقة جديدة فقد كان لاستخدام التصوير الفوتوغرافي وسيلة فعالة في جعل الملصق اسرع واكثر قدرة على التعبير ونقل المعنى ليجعل الرسالة المراد ايصالها اكثر وضوحاً وجاذبية واكثر غنى من الناحية البصرية فلقد برز في العقدين الأوليين من القرن العشرين العديد من الفنانين (36) الذين اهتموا بالملصق السياسي والتي هي المسحة العامة التي غلبت عليه في تلك الحقبة فلقد قدم الملصق السياسي دوراً في اثناء الحرب العالمية الاولى من خلال استخدامه كوسيلة لتشجيع الرجال في الجيش وحثهم على القتال في بعض الدول كما حصل في بريطانيا اذ حاولت الحكومة البريطانية دعوة الشباب للتطوع في الجيش في عام (1916م) من خلال استخدام الملصق كوسيلة واثارة مشاعرهم (37).

وفي عام (1945م) وكنتيجة للحرب العالمية الثانية ظهرت العديد من التصورات السياسية والفكرية الجديدة أدت الى نتائج تعارض الحرب فملصق لا حرب اخرى من عام (1924م) اصبح لاحقاً قاعدة لملصق اخر بعنوان (لا هيروشيما ثانية) الا ان هذه التطورات السياسية والفكرية بقيت في حدود المضمون الفكري اكثر من الاسلوب الفني (38).

وفي الستينات من القرن العشرين ازدادت اهميته السياسية التي تعد السبب في ان يلعب الملصق دوراً في تطوير وتعميق علاقته بال جماهير ففي كوبا (1959م) ظهرت ملصقات لها تأثيرات وعائية اذ كانت لهذه الدولة مكانة مهمة في تاريخ الملصق اذ امتازت بتصاميم الملصقات بالأسلوب الزخرفي وبساطتها التصميمية.

فالمصق في بولونيا اكتسب مكانة عالمية مرموقة واصبح مدرسة ذات تقاليد مميزة في الافكار والتكنيك (39). لقد مر فن الملصق بمرحلتين مهمتين في تاريخه الطويل.

**المرحلة الاولى :** تقع بين عام 1870-1919م عندما كان الملصق جزءاً من العملية التجارية.

**المرحلة الثانية :** من عام 1919م وحتى الوقت الحاضر حيث تحقق ظهور الملصق السياسي التي هيأت له تلك المرحلة سبل تطوره وتعميق علاقته بال جماهير.

ومن كل ما تقدم ترى الباحثة ان الملصق قفز قفزات واسعة بعد كل من الحربين العالميتين ودخله عنصر التنظيم والتقنين ولذلك وجدت اساليب كثيرة في جذب الانتباه وزيادة القيم الجمالية في هذه الملصقات. أما عن بدايات الملصق العراقي فانها تعود الى عام 1939م ولاسيماً بعد تطور الاحداث السياسية، ثم اخذ يتسع عندما عرف فن طباعة السلك سكرين في عام 1948م حيث اصدرت شركة باتا ملصقاً تجارياً للدعاية عن منتجاتها تحت عنوان (العودة للمدارس) نفذه عيسى حنا بطريقة الطباعة المذكورة (40).

أما أول ملصق مطبوع فقد ظهر عام 1940م لجواد سليم لمطعم بولندي باسم (بولسكا) ويعد هذا الملصق اول انتاج مطبوع يصممه فنان عراقي (41).

وقد ساهمت مطبعة المساحة بعد عام 1950م بدور بارز في تنمية طباعة الملصق بطريقة الليثوغراف الملون فقد تم طبع العديد من الملصقات الفنية والاعلامية ولسنوات عديدة في هذه المطبعة (42).

ظهرت في المدد اللاحقة أنواع متعددة من الملصقات منها التجاري ومنها ما هو غير تجاري كالاعلامي والثقافي والفني والسياسي ففي عام 1958م اصدرت وزارة الارشاد ملصقات مضامين سياسية وثقافية تميزت بتقنية فن الرسم التي كانت مسيطرة على الملصقات قبل هذه المدة، فقد تميز الملصق السياسي الذي ظهر ضمن هذه المجموعة في ميله للتقنية اكثر من وظيفته التعبيرية (43).

ومع مظاهر الانفتاح الثقافي والجماهيري بشكل واسع في نهاية ذلك العام عام 1959م أقيم معرض شامل للملصقات العراقية وقد أكد هذا الحدث مدى تطور العلاقة بين الفنان والملصق من جهة وتبين الملصق كإبداع فني ووسيلة للتوعية الجماهيرية من جهة أخرى، وقد ساهم هذا المعرض في تأسيس البداية لتقليد معارض الملصق والذي تأكد في السبعينات مرة أخرى بشكل أوسع واشمل قوى اعطت للحركة الفنية ملامح مرئية متميزة (39، ص50).

وأصبحت الملصقات أكثر اقتراباً من الواقعية والتعبيرية شكلاً ومضموناً فضلاً عن محاولة توظيف الحرف العربي كعنصر تصميمي لتحقيق جمالية تشكيلية وتعبيرية في الشكل والمضمون لإيجاد ملصقات ذات وظائف اجتماعية وإعلامية وهي ميزة احتلت مكانة واضحة طيلة السنوات التي تلت السبعينات في تصاميم بعض الفنانين (44).

وأصدرت وزارة الإرشاد أبرز مجموعة من الملصقات الإعلامية وتشكل هذه المبادرة ظاهرة متميزة في تاريخ الملصق في العراق ساهم في تصميم هذه الملصقات مجموعة من الفنانين (45)(46). وقد ظهرت في مدد لاحقة ملصقات فنية متعددة المعارض شخصية وجماعية فضلاً عن الملصقات أخذت تتزايد وتتسع في جميع محافظات العراق والمديرية العامة فقد شهدت أغلب المحافظات معارض ملصقات ذات مضامين سياسية وإعلامية لاسيماً بعد تزايد الأحداث السياسية وكان موقف الفنانين العراقيين واضحاً من تلك الأحداث فكانت مضامين الملصقات تعبر عن ذلك بأساليب وأشكال مفهومة أكدت ان الملصق هو فن الجماهير الواسعة، ان ارتباطاً مباشراً يجعل من البيئة الاجتماعية التي تشتعل فيها حماسة الجماهير المكان الملائم لولادة التفكير الاعلاني (47).

الملصق السياسي يعد لغة معاصرة وله تاريخ من الأحداث السياسية وقد استطاع ان يجد الافكار والشعارات في كل حقبة من حقب التاريخ ويكون فاعلاً بقدر معين من التأثير لدى المتلقي واستقطابه حول موقف او فكر بعينها (36، ص426).

ونكمن اهميته في شيوع هذا النوع من الفن في الحياة الاجتماعية بوصفه عنصر دفع لتوسيع المعارف السياسية من خلال قدرته في الاسهام لتحقيق اهدافه عبر اشكاله ذات المستوى المتقدم الذي يزداد يوماً بعد يوم ضمن عمليات الاتصال (10، ص50).

ومن هنا فيجب ان يمتاز بخصائص معينة تجعله وسيلة اتصالية ناجحة وهي: 1. جذب الانتباه، 2. اثارة الاهتمام، 3. تحفيز الرغبة، 4. الاقناع، 5. الاستجابة، 6. تدعيم الافكار (36، ص423). ويمكن ان نحقق تلك الخصائص من خلال الفكرة الناجحة والمبتكرة والتي يعرضها المصمم محققة بذلك جذباً بصرياً للمتلقي وبالتالي تخلق لديه الرغبة في تأملها وإدراكها ثم الاستجابة وغالباً ما تؤدي الى تغيير بعض الافكار الموجودة لدى المتلقي او تدعيم افكار سابقة لديه.

إن استخدام الألوان يضيف على الملصق واقعية ومحاكاة تزيد في جذب الانتباه عما لو كان بلون او لونين فقط فضلاً عن تباينه عما يجاوره من ملصقات غير ملونة (36، ص423).

نفهم من هنا ان للألوان في الملصقات دوراً كبيراً لتحقيق تأثيرات بصرية ونفسية في الوقت نفسه على المتلقي لذلك نجد ان تصميم الملصق يجب ان تتوفر فيه الجودة التقنية في الجانب الاخراجي الازاهاري من حيث القيم اللونية وتبايناتها الفرز اللوني الجيد في التفاصيل ولاسيماً الصور او الحروف وكذلك في استخدام مناسب للصور الطباعية ولأقصى مدى تعبيرية فيها (36، ص430).

إن نجد أن الملصق ليس مجرد مجموعة صور أو أشكال وعبارات مكتوبة يقوم المصمم بتنسيقها وإخراجها بشكل متناسب بالفكرة، هي إحدى الحالات التي يمكن للموضوع أن بموجبها وهي لا تعكس مهارة مجردة بشكل ما بل ثقافة الفنان وإطلاقاته في ميدان وسائل الاتصال الجماهيري وما يمتلكه من معرفة تقنية في فنون الطباعة والتصدير (48، ص224).

وإن الفكرة لدى المصمم هو الحدث الذي يؤثر فيه فيكون لديه دافعاً في تكوين فكرة أولية مجردة وبناءً على ما لديه من معطيات تتبلور لديه الفكرة بصورة نهائية ليقوم بتجسيدها مادياً من خلال مجموع العمليات التصميمية إذ أن الفكرة التصحيحية هي عملية إبداعية لدى المصمم.

ويتضح من خلال التفاعل الذهني لمصمم مع الإدراكات المحسوسة التي يتفاعل معها يومياً خلال معيشته البيئية ليلتقط صوراً جميلة تختزن في ذاكرته ليتم التعامل معها عند البدء بعملية خلق الفكرة التصميمية ولما كان لابد من وجود متلق يعرض له هذا التصميم وتعرض عليه الفكرة لذا فالمصمم يضع في تحديد جمهوره المستهدف والوسيلة الملائمة التي يستطيع إيصال رسالته بأقصر مدة بحيث تحقق هدفه في إرسال فكرته فضلاً عن اختيار المناسبة الملائمة لذلك (48، ص31).

وترى الباحثة أن الملصقات تتخذ اتجاهات متعددة لتشمل مناحي ومجالات الحياة المختلفة كافة إذ تشمل السياسي والإرشادي والتجاري (الدعائي) والفني فنجد كثيراً من المؤسسات كالتربوية والصحية والفنية تستخدم ملصقات لتقديم الدعاية والإعلان عن أنشطتها المختلفة بما يخدم أهداف وأغراض هذه المؤسسات ويوصل صوتها إلى أكبر عدد من الأفراد وبمختلف المستويات لما تتسم به الملصقات من كونها بسيطة غير معقدة من ناحية الأفكار التي تعرضها بحيث تقترب من أفكار الفرد الأمي فضلاً عن كونها وسيلة تزيينية يمكن أن تضيف جمالية للمكان الذي توضع فيه.

ونلاحظ في وقتنا الحاضر تطور الوسائل والتقنيات الإظهارية التي تستخدم لإخراج الملصق واكتسابه سمة جمالية تساهم في سرعة التلقي، فقد ظهرت برامج حاسبة كـ (الفوتوشوب والكورول درو) وهناك الكثير من البرامج الأخرى الحديثة التي تدعم أداء المصمم وتساهم في إبراز أفكاره وتكوينات انشائية تساهم في اكتساب التصميم عامة والملصق خاصة قيمةً جمالية جذابة، فقد حظي الملصق بصفات متميزة واهتمام كبير على المستوى التقني والإداري فقد أضافت المعالجات بعداً جمالياً من خلال دقة أداء التصميم وتنظيم الأشكال والصور والعناصر الكتابية على وفق تنظيم انشائي متقن فضلاً عن دقة اختيار الألوان مما يساعد على إظهار الملصق بالشكل المطلوب.

أما من ناحية الخصائص الفنية للملصق فيعد الشكل العنصر الرئيس في العمل التصميمي ولا يمكن أن نستلم أي وحدة بصرية إلا عن طريق الشكل (كل العناصر تستلم على أنها أشكال) فيعد اللون والملمس والقيمة الضوئية والمساحة والاتجاه كلها توصيفات لشكل فالأسس الانشائية تحدد العلاقات المتبادلة ما بين توصيفات الشكل وصولاً إلى تحقيق العلاقات المترابطة ومن ثم وصولاً إلى الفكرة فيلعب الشكل دوراً تذكيرياً للمادة المعلن عنها وبالتالي فالشكل يرتبط على وفق طاقته التعبيرية باتجاهات الفكرة التصميمية وهدفها الفني بطريقة تساعد على إظهار الاحساس الجمالي بغية توضيح الاحساس والمشاعر (48، ص31).

#### 4- الفصل الثالث: إجراءات البحث

1-4 / مجتمع البحث: تكون مجتمع البحث الحالي من (20) ملصقاً من الملصقات العراقية ذات الاتجاه السياسي والتي انتجت في العراق مؤسسات رسمية ومنظمات مجتمع مدني وجهات حزبية ولل سنوات التالية (2017-2018) ومن الجهات الرسمية ذات العلاقة والاختصاص بالموضوع.

2-4 / عينة البحث: بغية تحقيق هدف البحث الحالي (الكشف عن القيم الشائعة في الملصقات السياسية العراقية) فقد تم اختيار عينة عشوائية بمقدار خمسة نماذج مصورة اي بنسبة (20%) ممثلة للمجتمع الأصلي.

3-4 / منهج البحث: اتبعت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي في تحليل عينة البحث، للوصول الى القيم الشائعة في الملصقات السياسية العراقية تماشياً وهدف البحث.

4-4 / أداة البحث: أعدت الباحثة بإعداد استمارة خاصة للتحليل تضمنت محاور (فقرات التحليل) مستمدة من الإطار النظري مساهمة في تحليل عينة الدراسة وبحسب الخطوات الآتية:

1. وصف عام للعمل وخصائصه.

2. إبراز عناصره الفنية.

3. التأثير في الجمهور المتلقي لتحقيق الهدف المطلوب.

4. إبراز القيم من خلال شرح فكرة الموضوع المصمم.

4-5 / صدق الأداة: للتأكد من ملاءمة استمارة التحليل وتعزيز مدى شموليتها، عرضت الباحثة استمارة على عدد من الخبراء من ذوي الاختصاص(\*) حيث أخذت الباحثة بأرائهم وأجرت التعديلات اللازمة لتحصل الأداة على نسبة (84%) بحسب معادلة كوبر وبهذا تكون الأداة قد اكتسبت صدقاً ظاهرياً واصبحت في صورتها النهائية.

4-6 / الأداة (ثبات الاداة): ملت الباحثة على استخراج ثبات الأداة عن طريق التحليل مع محللين(\*\*) خارجيين واعدة تحليل الباحثة مع نفسه بفارق زمني مقداره اسبوعان وتطبيق معادلة سكوت (Scoot) ظهرت النتائج وبحسب الجدول الآتي :

ت	نوع الثبات	نسبة الاتفاق
1.	الباحث مه نفسه	90%
2.	بين المحلل الأول والباحث	84%
3.	بين المحلل الثاني والباحث	81%
4.	بين المحلل الأول والثاني	82%

وبذلك استكملت الاداة صلاحيتها المنهجية واصبحت جاهزة للتطبيق ومن ثم استخدمتها الباحثة مباشرة في تحليل العينة.

\* أسماء الخبراء من ذي الاختصاص:

1- الأستاذ الدكتور عباس جاسم حمود الربيعي، اخصاص رسم، جامعة بابل - كلية الفنون الجميلة.

2- الأستاذ الدكتور حامد عباس مخيف، اخصاص فنون جميلة رسم، جامعة بابل - كلية الفنون الجميلة.

\*\* أسماء المحللين الخارجيين:

1- د. رؤى صادق، تربية تشكيليه، جامعة بابل - كلية الفنون الجميلة.

2- م. هدى طالب مراد، تربية تشكيليه، جامعة بابل - كلية الفنون الجميلة.

3- م. إنعام عبيس، تربية تشكيليه، جامعة بابل - كلية الفنون الجميلة.



#### 4-7 / الأدوات الإحصائية: استخدمت الباحثة الوسائل الإحصائية الآتية :

1. معادلة كوبر (Cooper) وقد استخدمت في حساب صدق أداة البحث حسب اتفاق الخبراء.  
حيث ان:

Pa = نسبة الاتفاق

Ag = عدد مرات الاتفاق

Dg = عدد مرات عدم الاتفاق

2. معادلة سكوت (Scoot) وقد استخدمت لحساب ثبات أداة لتحليل البحث.

$$n = \frac{Po - Pe}{1 - Pe}$$

حيث ان :

n = معامل الثبات

Po = مجموع الاتفاق الكلي بين الملاحظين

Pe = مجموع الخطأ في الاتفاق



عينة رقم (1)

عنوان الملصق: نقف صفاً واحداً لردع الجريمة وخدمة

ابناء شعبنا

الأبعاد: 68سم × 50سم

نوع الطباعة: أوفسيت

جهة الاصدار: الشرطة العراقية

تاريخ الاصدار: 2017م

التحليل:

وظفت في هذا الملصق صورة فوتوغرافية شغلت معظم مساحة الكلية وتوزعت باقي مفردات الملصق في أعلى وأسفل فضاء الملصق، تكون الملصق من ثلاثة مكونات وهي الصورة الواقعية والعلم العراقي والمادة الكتابية والتي مثلت عنوان الملصق والتي نصها (نقف صفاً واحداً لردع الجريمة وخدمة أبناء شعبنا) وان الصورة الواقعية حملت طاقة تعبيرية وقيمة وطنية من واقع المجتمع العراقي في الوضع الراهن تتمثل بحماية المواطنين وتوفير الأمن وقد سحبت شخصية رجل الشرطة الذي جاء في مقدمة الصورة على الجهة اليسرى وبشكل نصفى أمام العلم العراقي الذي شغل أعلى فضاء الملصق فقد حقق قيمة جمالية وسياسية ورمزية في الوقت نفسه متمثلة بترتيب ألوانه وبحركته المتموجة مما شكل ايقاعاً متنوعاً ولكنه جاء متراكباً مع الصورة فقد حقق إيهاماً بالعمق الفضائي أما العنوان الاساس الذي شغل اسفل فضاء الملصق فقد وضع معنى التشكيل الصوري وحقق توازناً مع تشكيلة العلم العراقي، ونلاحظ من فكرة المصمم تحقيق القيم الاجتماعية متمثلة بحب الناس والقيم الاخلاقية وهي العدالة والاخلاق والقيم الوطنية وهي الوطن (الاستقلال) والحرية كذلك قيم تكامل الشخصية كالسعادة والسيطرة والأمن والتكيف والسيطرة، نستنتج ان القيم في هذه القيمة تحققت من خلال:

1. سيادة الشكل الرئيس بتنظيم تعبيرى متوافق مع الفكرة الأساسية.

2. التباين اللوني والحجمي الذي حقق غرض او هدف فكرة الملصق.

## عينة رقم (2)

عنوان الملصق: انتخبوا الائتلاف العراقي الموحد

ابعاد الملصق: 30 × 20

طريقة الطباعة: الأوفسيت

جهة الإصدار: حركة سيد الشهداء (عليه السلام) الإسلامية

تاريخ الإصدار: 2017م

التحليل:



اعتمد الملصق بصورة أساسية من تكثيف شكلي ولوني تمثل بالاشكال المعتمدة والتي تمثلت بـ(الشمعة - خارطة العراق - علم العراق) فضلاً عن الحشد الجماهيري الذي احتل

الموقع الاسفل من فضاء الملصق وضمنت كل منها ألوان ذات طابع رمزي فنلاحظ خارطة العراق باللون الأخضر الشفاف ترمز الى قيم كثيرة تشير الى هوية العراقيين وبكل ما اشترك به ابناء شعبنا لتضم كل فوارقهم واختلافاتهم المذهبية في حين ان العلم العراقي يمثل رمزاً ظاهراً دائماً الحضور للشعب والوطن ويمثل قيماً فكرية تتوحد فيها فئات الشعب وأطيافه ليلتفوا حوله لما يتضمن من دلالات وقيم فكرية وروحية ووطنية لتاريخهم المجيد.

أما شكل الشمعة فهي تحمل دلالة فكرية وسياسية وروحية فهي تمثل القوائم التي شاركت في الانتخابات الأولى في تاريخهم وبالتالي تدل وتوحي بالقيم الثقافية وبقيم تكامل الشخصية العراقية لتتعم بالقوة واعتبار الذات والتكيف والأمن فنلاحظ لون الشمعة (الأصفر) رمزاً للنور للشعاع وللمستقبل الزاهر. وأسهمت الألوان التي ضمنتها تلك الاشكال من خلال شفافيتها وتباينها وتضادها اعضاء نوع من التنوع الذي يسهم في اعضاء الجمال وابرار القيم التي يتضمنها موضوع الملصق.

نستنتج ان تحقيق وابرار القيم في هذه العينة تحققت من خلال :

1. حالات التراكب المتعددة (الكلية والجزئية) الحاصلة بين الاشكال التي اعتمدها المصمم والتي جعلت منها إيهاماً بالبعد الثالث من خلال ما تقدم بعضها نحو بصر المتلقي وارتداد البعض الآخر وابتعاده عن بصر المتلقي لتشكل ناتجاً جمالياً وقيماً ووظيفياً وتعبيرياً على حد سواء.

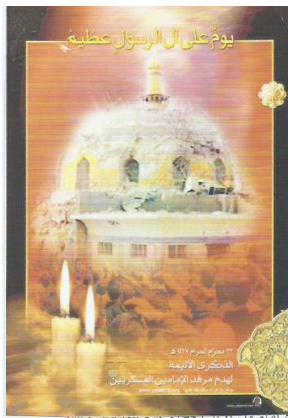
## عينة رقم (3)

عنوان الملصق: يوم على آل الرسول عظيم

سنة الإصدار: 2017م

جهة الإصدار: موقع اهل البيت - النجف الاشرف

التحليل:



عبرت فكرت الملصق الاساسية عن مضمونها الذي اعتمد اشكالياً مباشرة واساسية تمثلت بهدم مرقد الإمامين العسكريين والشعب المستنكر لهذه الجريمة وشكل الشموع المعبرة عن القدسية والأمل وكذلك اشكال لزخارف نباتية اسلامية من المرقد الشريف

فكل شكل من اشكال الملصق كانت له دلالات تعبيرية ومضمونة فكرياً يشمل قيم وطنية وسياسية ودينية وقيم اخلاقية تمثلت بجموع الشعب العراقي وتلاحمه مع بعض لاهياء الأمن والأمان والقوة والسيادة أمام من يريد تحطيم هذه المبادئ والقيم على الرغم من فوارقهم المذهبية والعرقية فان المراقدين المقدسة وما تحمله من عقيدة اسلامية فيها الجانب الروحي والايماني والمنبر المعني لحياة الناس واعتزاز الشعب العراقي بها واي شيء يمهّد أمنها وقديستها يهدد أمن العراقيين جميعاً فالتفاف ابناء الشعب العراقي حولها يؤكد تواشج الصلة بين فئاته وطبقاته كونه يعبر عن وجدانهم الانساني وهذا بحد ذاته يحقق قيم جمالية واخلاقية ووطنية واجتماعية فالملصق السياسي هنا يحقق اهداف كثيرة لتعزيز قدرات ابناء الشعب العراقي للدفاع عن حريته وامانة وعن قديسته الدين الاسلامي المتمثل بالعترة الطاهرة للنبي محمد (صلى الله عليه وآله).

إن علاقات الجمال والقيم المترابطة التي احدثها الملصق سواء من ناحية دينية واجتماعية وسياسية من خلال توضيح الجريمة التي قام بها من يريد تحطيم أمن العراق وسلامة شعبه في هدم مرقد الإمامين العسكريين فظهرت صورة الملصق بالألوان الأصفر والبرتقالي واللون الذهبي وكذلك لون الشموع ولون الزخارف تدل على كثير من المعاني والقيم والدلالات والشكل والألوان التي أسست ناتجاً بالجمال من خلال توافقها وانسجامها.

فاللون الذهبي هو اللون الاسلامي المعبر عن دلالات دينية وروحانية المتمثل باللون القبة الشريفة ولون الزخارف النباتية الاسلامية ولون الشموع كذلك هي الألوان والاشكال تعبر عن قيم دينية ووطنية واخلاقية المتمثلة بارادة الشعب وقوته وتحقيق السيادة الوطنية والقوة والأمن.



#### عينة رقم (4)

عنوان الملصق: فساد اداري

سنة الاصدار: 2017م

جهة الاصدار:

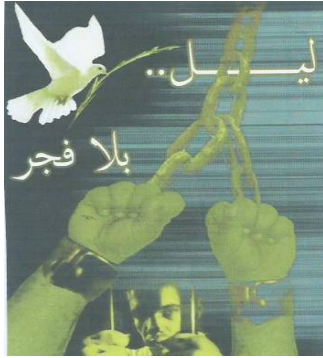
التحليل:

تكون الملصق من اشكال معبرة تمثل بشكل الانسان والكف الحمراء المعبرة عن دلالات كثيرة

وعن يسار الملصق القلم باللون الرصاصي وما يكتبه باللون الأحمر وكلمة فساد باللون الأسود أما وجه الانسان فكان لونه رصاصي بلون القلم وان اول شيء يجذب المتلقي او المشاهد كلمة (فساد) وبالتالي باقي اشكال الملصق المعبرة، فالوجه تدل تقاطيعه على الترقب بنظر حاد رافقه رافعة الكف الأحمر وهي اشارة ومدلول لإيقاف الشيء الخطأ الا وهو الفساد، أوقفوا ما يضر بمصلحة ابناء الشعب العراقي وهذا يرتبط ارتباط وثيق بالملصق السياسي والأهداف المتحققة منه وايصال فكرة واضحة وايصال فكرة عن القيم الصحيحة قبل قيم الوطنية قيم المواطنة قيم الديمقراطية بالتعبير الحر، فالقلم له مدلولات كبيرة تعبر عن حرية الرأي حرية التفكير ولكن بشرط ان يكتب بضمير فجاءت اشارة الكف باللون الأحمر لتعبر عن الرفض لكل فساد في المجتمع سواء اداري - سياسي - وظيفي... الخ.

ولون الوجه والقلم باللون الرصاصي كلون يوحي بالحكمة والتعقل والتفكير ويعبر عن قيم الحرية قيم حرية التفكير قيم المطالبة بالحقوق (حقوق الانسان)، أما شكل الكف وما يكتبه القلم ولونهما الأحمر جاءت ضد هذا الشيء وأوضحت الفكرة المقصودة الا وهي (الفساد) الفساد في العمل - الفساد في كل شيء وجاءت

كلمة فساد في اعلى اليسار لتوثيق هذا الشيء بكل صرامة كذلك لون الكلمة اللون الأسود الرفض للأشياء السلبية وله قيمٌ وظيفية وتعبيرية وجمالية فهذا التباين اللوني والشكلي اكد وأوثق الملصق التي تمثلت بعنوانه الذي حمل مضامين تعبيرية متعددة لكنها انحصرت في مفهوم ان الظروف التي يمر بها قطرنا العزيز لا بد من زوالها وإيقافها لنشر قيم العدالة والقيم الاخلاقية وقيم الاصلاح وقيم الوطنية.



#### عينة رقم (5)

عنوان الملصق: بلا فجر

سنة الاصدار: 2017م

جهة الاصدار: الحزب الاسلامي العراقي

التحليل:

تكون الملصق من ثلاثة اشكال رئيسية مع الكتابة (عنوان الملصق) الذي يحتل القسم العلوي فكلمة ليل في اعلى اليمين وكلمة بلا فجر الجهة اليسرى وجاء شكل الأيدي المكبلة بسلاسل الحديد الشكل

الاساس في الملصق باللون الأصفر غير نقي وهذا اللون تقريباً يشغل كل الاشكال الموجودة في مقابض الحديد والسلاسل المربوطة بها الأيدي كذلك الشكل الانساني وهو يقف خلف القضبان وماسك القضبان بقوة وكانت ألوانه ألوان الأيدي انفسها كذلك الحمامة الموجودة في اعلى اليسار وهي تحمل غصن الزيتون باللون الأصفر نفسه مع قليل من الابيض وهي تدل على السلام والتعبير والقيم الوطنية المتمثلة بالأمن وحب الوطن على الرغم من الصعاب والألم وهو وما تضمنه اشكال الملصق وألوانه كذلك عنوانه (ليل بلا فجر). فالدلالات والتعبير والقيم الشائعة في هذا الملصق هو آلام ابناء الشعب العراقي وان الظلم والعدوان بكل الأيدي كذلك العنف بحسب ارادة الشعب واعتبار ذاته التي طالما سلبت وبالقوة ولكن نلاحظ قوة الانسان وارادته وحبه لوطنه والرغبة بالعيش بحرية ورفض كل اشكال الظلم والاستبداد. فتبقى الأيدي مرفوعة رغم الضغوط رغم التيارات التي لا تريد أمان بلدنا العزيز فجاءت ألوان الأصفر والأسود السائدة في الملصق دلالة على الظلم والألم والصبر واشكاله لها تأثير على ابراز قيم المطالبة بالعيش برفاء وقيم احترام الذات وقيم احترام الحريات.

### 5- الفصل الرابع

#### 5-1 / النتائج: ظهرت النتائج الآتية :

1. شكلت علاقات التباين بأنواعه نقطة مهمة في تصميم الملصق لتحقيق قيم جمالية وفكرية واخلاقية هادفة وهذا المبدأ وهو مبدأ التنوع يحقق ابراز وايصال الاهداف المنشورة من الملصق السياسي.
2. إن نجاح التصميم في الملصق وحصوله على تأثير لا يعتمد على الكثافة الشكلية والتعقيد وانما الاستخدام المنتظم والمدرّوس للمكونات كما في نماذج عينة البحث.
3. تحقيق القيم الجمالية والقيم الاخلاقية والقيم الاجتماعية منها ما يتعلق بالفكرة المبتكرة والآخرى بالتقنيات الازهارية.
4. يعتمد ادراك معاني الاشكال وصفاتها المظهرية في نماذج عينة البحث على قرائن التجربة الانسانية مؤسسة ناتجاً جمالياً وتأسيس مبادئ والقيم السائدة من خلال العمليات الفنية التي تضمنها الملصق.

5. يعد الحجم والشكل تفسيراً للمضمون المحدد لها داخل فضاء الملصق وتحقيق عناصره الفنية او خصائصه الفنية التي تقود الى الذائقة الجمالية.
6. تحقيق عناصر الملصق نتائج جمالية من خلال العلاقات المترابطة ما بينها وبين الأسس التنظيمية المنظمة والمحددة لهذه العناصر لخلق الهدف المرجو من الملصق وتحقيق اهدافه بصورة واضحة للمتلقي كما في نماذج عينة البحث.
7. الألوان المستخدمة في اشكال الملصق، رموزاً متعددة وتوضيحاً وتجسيداً للأهداف والخصائص الفنية واظهار القيم من خلال الافكار والاشكال والالوان المعبرة عن هذه القيم.
8. تتعزز الخصائص الازهارية لنماذج عينة البحث ضمن طابعها التقني الذي تتحول من خلاله بنية السطح التصميمي للملصق الى نموذج بصري فاعل يمثل بعداً اتصالياً لعناصر الملصق مع المتلقي.
9. تنتم الملصقات السياسية العراقية بقيم متنوعة تتنوع بحسب ضرورات (الفكرة) و(الحدث) ووفقاً لاشتراطات البعد التواصل للخصائص البنائية مع الاسس التنظيمية.
10. استمدت الملصقات السياسية العراقية قيماً اشتغالية (فكرية وبنائية) تنأى بالفعل الارشادي والتوجيهي الى مستوى تعبير يحلل العلاقة القائمة بين (الفكرة) و(اسلوب تنفيذها) عبر وسائل بنائية تعتمد الاشكال والخطوط والألوان والاحجام والملامس.

## 5-2 / الاستنتاجات

1. شكلت النصوص الكتابية كالعنوانات والنصوص المكملة قيمة جمالية مضافة للتصميم فضلاً عن وظيفتها التعبيرية الهادفة عن القيم المألوفة في المجتمع ولاسيماً اذا كان الملصق سياسي يكون نصوصه واشكاله اكثر معبرة وهادفة لايصال الفكر والمبادئ والقيم لجمهور المتلقي.
2. يعبر الملصق السياسي العراقي عن الاحداث المهمة التي كانت لها صلة مباشرة بالمجتمع العراقي على مستويات عدة منها ما يرتبط بالجوانب الاجتماعية والاقتصادية والنفسية ومنها بالجوانب والاحداث والوقائع ذات الصلة بالسياسة ومعطياتها.
3. سادت القيم السياسية والاجتماعية والاقتصادية والدينية والنفسية في جماليات الملصق العراقي وفقاً لنتاسبها مع القيمة الوجدانية وحب الوطن والاهتمام بنزعة المواطنة.
4. استثمرت طبيعة الملصق السياسي العراقي معطيات التحول الكبير في طبيعة الحكم والسياسة والاقتصاد وحرية التعبير والمناخ الديمقراطي لبلورة افق اشتغالي جديد يهتم بالواقع الحياتي الجديد في العراق.
5. تنطوي الملصقات السياسية العراقية على نوع من التبادل الفكري بين الشكل والمضمون ضمن طبيعة البناء العام للتكوين.

## 5-3 / التوصيات: توأصلاً مع نتائج الدراسة حددت الباحثة التوصيات الآتية :

1. دراسة فن الملصق في كليات ومعاهد الفنون الجميلة في العراق.
2. الاعتماد على التقنيات المعاصرة للحاسوب في تصميم المنجزات الطباعية ومن ضمنها فن الملصق.
3. الاهتمام بالمعارض الفنية لفن الملصق في المناسبات الوطنية.
4. اعداد فولدرات تضم الملصقات كافة التي نفذت في العراق بعد عام 2003 وحسب مناسباتها.

## 5-4 / المقترحات: حددت الباحثة اهم المقترحات وكما يأتي :

1. دراسة مقارنة بين جماليات الملصق العراقي وجماليات الملصق العربي والعالمي.
2. دراسة القيم الشائعة في عمليات تصميمية اخرى كالطابع البريدية او المجلات او العلاقات التجارية.

3. الدلالات النفسية في الملصقات السياسية العراقية.

#### الملاحق

ملحق رقم (1): استمارة تحليل القيم الشائعة في الملصقات السياسية العراقية بصيغتها الأولية

ت	الفقرات الرئيسية	الفقرات الثانوية	صريحة		ضمنية		النسب المئوية
			سلبية	موجبة	سلبية	موجبة	
1.	القيم الاجتماعية	وحدة الصداقة					
		الظروف					
		قواعد السلوك					
		التواضع					
		الكرم					
		التسامح					
		حب الناس					
		الصداقة					
2.	القيم الاخلاقية	الأخلاق					
		الصدق					
		العدالة					
		الطاقة					
		الدين					
3.	القيم الوطنية	الوطنية					
		الحرية					
		الوطن (الاستقلال)					
		وحدة الأقطار المجزئة					
4.	مجموعة القيم الجسمانية	الطعام					
		الراحة					
		النشاط					
		الحمد والسلامة					
		الجسم					
		الرفاهية					
		الثقافة					
5.	المجموعة الترويجية	الخبرة الجديدة					
		الاثارة					
		المجال					
		المرح					
6.	مجموعة قيم تكامل الشخصية	التكيف والأمن					
		الانفعالي					
		السعادة					
		التحصيل والنجاح					
		التقدير					
		اعتبار الذات					
		السيطرة					

النسب المئوية	ضمنية		صريحة		الفقرات الثانوية	الفقرات الرئيسية	ت
	سلبية	موجبة	سلبية	موجبة			
					العدوان		
					القوة		
					التصميم		
					المعرفة	مجموعة القيم المعرفية الثقافية	7.
					الذكاء		
					الثقافة		
					القيمة العملية (الواقعية) للعمل	مجموعة القيم العملية الاقتصادية	8.
					القيمة الاقتصادية		
					الضمان الاقتصادي		
					ملكية اشتراكية		

### ملحق رقم (2)

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة بابل

كلية الفنون الجميلة

قسم الدراسات العليا

قسم التربية الفنية

م/ استطلاع أولي لبناء استمارة استبيان

حضرة الفاضل..... المحترم

تحية طيبة

تقوم الباحثة بإجراء دراستها الموسومة (القيم الشائعة في الملصقات السياسية العراقية) والتي تهدف الى (الكشف عن القيم الشائعة في الملصقات السياسية العراقية) ولتحقيق هدف البحث قامت الباحثة بالاعتماد على تصنيف (وايت) للقيم كأداة بناء لقياس الظاهرة واستخراج النتائج، ونظراً لما تعده فيكم من خبرة ودراية تروم الباحثة بناء استمارة علمية محكمة مستفيدة من آرائكم السديدة وملاحظاتكم القيمة بما يخدم البحث ويخرج بنتائج تحقق هدف البحث.

مع التقدير

التوقيع:

اسم الخبير:

اللقب العلمي:

الباحثة

اسراء ابراهيم فليح

### ملحق رقم (3)

استمارة تحليل القيم الشائعة في الملصقات السياسية العراقية بصيغتها النهائية

النسب المئوية	ضمنية		صريحة		الفقرات الثانوية	الفقرات الرئيسية	ت
	سلبية	موجبة	سلبية	موجبة			
67%		11		1	وحدة الصداقة	القيم الاجتماعية	1.
		11		1111	الظروف		
					قواعد السلوك		
				11111	التواضع		
				11111	الكرم		
				11111	التسامح		

النسب المئوية	ضمنية		صرحة		الفقرات الثانوية	الفقرات الرئيسية	ت
	سلبية	موجبة	سلبية	موجبة			
		11		111	حب الناس		
				11111	الصدقة		
%74		1111		11	الأخلاق	القيم الاخلاقية	2.
		111		11	الصدق		
				11111	العدالة		
	11	111			الطاقة		
				11111	الدين		
%80				11111	الوطنية	القيم الوطنية	3.
				11111	الحرية		
				11111	الوطن (الاستقلال)		
		11		111	وحدة الأقطار المجزئة		
%62	1111			1	الطعام	مجموعة القيم الجسمانية	4.
	11	1		11	الراحة		
		111		1	النشاط		
	11	1		11	الحمد والسلامة		
	111			11	الجسم		
		1		1111	الرفاهية		
				11111	الثقافة		
%58				11111	الخبرة الجديدة	المجموعة الترويجية	5.
	1111			11	الاثارة		
	11			111	الجمال		
	1111			1	المرح		
%74	11			111	التكيف والأمن	مجموعة قيم تكامل الشخصية	6.
	11			111	الانفعالي / الاتزان الانفعالي		
		11		111	السعادة		
				11111	التحصيل والنجاح		
				11111	التقدير		
	11	1		11	اعتبار الذات		
				11111	السيطرة		
	11	11		1	العنوان		
		11		111	القوة		
		11		111	التصميم		
%73				11111	المعرفة	مجموعة القيم المعرفية الثقافية	7.
		11		111	الذكاء		
		1		1111	الثقافة		
				11111	القيمة العملية (الواقعية)	مجموعة القيم العملية الاقتصادية	8.
		1		1111	للعمل		



النسب المئوية	ضمنية		صرحة		الفقرات الثانوية	الفقرات الرئيسية	ت
	سلبية	موجبة	سلبية	موجبة			
%70		1		1111	القيمة الاقتصادية		
		1		1111	الضمان الاقتصادي		
				11111	ملكية اشتراكية		

## CONFLICT OF INTERESTS

There are no conflicts of interest

## المصادر :

- (1) مونرور توماس: التطور في الفن، ج3، ت: محمد علي، الهيئة المصرية للكتاب، 1972، ص58.
- (2) محمد سيد محمد: الاعلام والتنمية، مكتب الخانجي للنشر، القاهرة، 1979، ص 48-50.
- (3) الواسطي، خليل ابراهيم، المضمين الفكرية وعناصر التصميم الفني للمصناعات في العراق ، اطروحة دكتوراه، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، 1987، ص 54.
- (4) ابن منظور، جمال الدين بن مكرم:لسان العرب، طبعة مصورة عن طبعة بولاق، ج2، القاهرة، ب ت، ص348.
- (5) Beck 'r' h' and others gurricmin the hhhthe modern elemhndentary school englword cliffs 'n' d' pretic \_ hall : 1960 ;P: 521.
- (6) Albert ethel the class infication of values 'method and ustration in American anthropologist vol54 1959 p 221
- (7) صيلبا، جميل: المعجم الفلسفي/ج1 /، /ج2/ دار المعرفة الجامعية/ الاسكندرية 1987م.
- (8) Les liegerald and other in troductory sociology. new yourk 1976.p.453.
- (9) القرشي، عماد الدين بن بشير، تفسيرالقران العظيم، ج4، ط2، دار الفيحاء، دمشق مكتبة دار السلام، الرياض1998.
- (10) الصباغ، رمضان، الاحكام التقويمية في الاخلاق، ط1، دار الوفاء للطباعة والنشر، الاسكندرية 1998، ص36.
- (11) بدوي، عبد الرحمن: الاخلاق النظرية، الناشر وكالة المطبوعات، الكويت، 1976، ص31.
- (12) بدوي، عبد الرحمن: الاخلاق النظرية، الناشر وكالة المطبوعات، الكويت، 1976، ص31.
- (13) فتحي احمد: فن الكرافيك المصري، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1985، ص22.
- (14) المنجد في اللغة العربية المعاصرة، دار المشرق، بيروت: مؤمن الحموي، انطوان غزال، ريمون حنفوش، ب، ت، ص241.
- (15) الرازي، محمد بن ابي بكر عبد القادر: مختار الصحاح، دار الرسالة، الكويت، 1983، ص85.
- (16) الربيعي، عباس: الشكل والحركة والعلاقات الناتجة ابلعمليات التصميمية الثنائية الابعاد، اطروحة دكتوراه، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، 1999، ص48.
- (17) العزاوي، حكمت بشير، الجذب في بنية تصاميم اغلفت المجالات، اطروحة دكتوراه، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، 2004، ص5.
- (18) احمد، محمد عبد القادر: دور الاعلام في التنمية، دار الرشيد للنشر، بغداد، 1982، ص296.

- (19) الواسطي، خليل ابراهيم: المضامين الفكرية وعناصر التصميم الفني للملصقات في العراق، اطروحة دكتوراه، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، 2004، ص5.
- (20) فتحي احمد: فن الكرافت المصري، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1985، ص22.
- (21) Glaser , mitlor : Graphie Design , pulp. Martin sacker and Warpurg , ltd.
- (22) العزاوي، ضياء: فن الملصقات في العراق، وزارة الثقافة والاعلام، 1974، ص13.
- (23) السلمي، محمد: الثوغراف البدائية والتطور، مجلة فنون عربية، العدد 2، مطابع لندن، 1986، ص4.
- (24) Max Gallo : poster in historg , New American li brarg, 1977 , p50 .
- (25) الراوي، نوري: الفن الالمانى الحديث، مطبعة دار التضامن، بغداد، 1964
- (26) العزاوي، ضياء: فن الملصقات في العراق وزارة الثقافة والاعلام، 1974، ص11.
- (27) الواسطي خليل ابراهيم المضامين الفكرية وعناصر التصميم الفني للملصقات في العراق، اطروحة دكتوراه، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، 1987، ص155.
- (28) الصراف، عباس: افاق النقد التشكيلي، دار الرشيد للنشر، وزارة الثقافة والاعلام، المكتبة الفنية، 1979، ص71-72-74.
- (29) الربيعي، عباس جاسم وعلي شناوة: دور الشكل في تعزيز في المصلق السياسي، دار الرشيد للنشر، وزارة الثقافة والاعلام. 1990
- (30) Dover Merrill : Effective advertising , U. S. A , 1969 , p194.
- (31) الربيعي، جاسم محمد: مدخل في التصميم الاعلاني، وزارة الاعلام، 2001، ص24.
- (32) الحسيني، عماد: مرتكزات تصاميم الاقمشة العراقية - مقارنة سيميائية، اطروحة دكتوراه، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، 2002، ص22.
- (33) كمال، عيد: فلسفة الادب والفن، دار العربية للكتاب، ليبيا - تونس، 1978، ص178.
- (34) هويدي، يحيى: مقدمة في الفلسفة العامة، ط 9، القاهرة، 1979، ص332-333.
- (35) مطر، اميرة حلمي: فلسفة الجمال، المؤسسة المصرية العامة للتأليف والترجمة، القاهرة، 1962، ص46-47.
- (36) فال - جان: طريق الفيلسوف، ترجمة احمد حمدي - ابو العلى عفيفي، مؤسسة سجل العرب، 1967، ص43.
- (37) صفدي، مطاوع: الحرية والوجود، منشورات دار مكتبة الحياة، بيروت، ب ت، ص176.
- (38) Coper Jaund measurement and analysis, New York, 5 th Ed helt rinhort and winstan, 1963, p27.
- (39) الندوة العالمية للشباب الاسلامي: القيم الاسلامية الكبرى، 2001، [www.wmg.org](http://www.wmg.org)
- (40) ذياب، فوزية: القيم والعادات الاجتماعية، دار الكتاب العربي، القاهرة، 1966، ص17.
- (41) ينظر: مغاريوس، صومائيل، الصحة النفسية والعمل المدرسي، ط 2، القاهرة، مكتبة النهضة المصرية، 1974، ص44-45.
- (42) Cror baah. lee J, Educational psychologg, znded Now York, har court, 1963, p45.
- (43) Good, Calter: d. dictionary of Education, Now York, Mcgruw, Hill, 1963. p46.
- (44) ينظر: حسن، عمار علي، القيمة الكافة في النصوص الادبية، جريحة مرحلة الثقافية، العدد 8702، الاثنين 17 مارس، 2003، ص2-3.

- (45) ينظر: سليمان، ميخائيل وديع، القيم وتطور الاجتماعي، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والادب، 1975، ص4.
- (46) الصباغ، رمضان: في التغير الاخلاقي والاجتماعي للفن، ط 1، دار الوفاء للدنيا للطباعة والنشر، الاسكندرية، 1998، ص16.
- (47) غيث، عاطف: قاموس علم الاجتماع، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1979، ص50.
- (48) بدري، عبد الرحمن: الاخلاق النظرية، الناشر وكالة المطبوعات، الكويت، 1976، ص224.